



# Editorial

En ce début d'année 2018, divers sujets méritent, tant au niveau des marques que des brevets, d'être mis en évidence, l'actualité dans le monde de la PI reste très active. Même si sur certains sujets comme l'impact du Brexit sur les titres déposés pendant la période transitoire n'apportent pas de conclusion ou de solution définitive et que le feuilleton continue, nous espérons contribuer par cette lettre à vous apporter des éclairages sur des sujets et des questions qui préoccupent généralement nos clients. Comme par exemple quelques points de fiscalité concernant le traitement de la TVA sur les titres... Nous vous souhaitons bonne lecture.

## Distinctions

**2017 Nov - IP TRUST est distingué « Leading Intellectual Property Practitioner of the year » par Acquisition International (AI).**



IP TRUST est dans  
l'annuaire officiel de la  
**French Tech.** Venez  
nous soutenir !

**Pierre Breesé, Alain Kaiser, Emmanuel Huyghe, Sylvain Allano**



# Sommaire

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| L'adoption prochaine du « Paquet Marques » .....                            | 3  |
| Brevets européens au Cambodge .....                                         | 4  |
| Le droit à l'image existe pour toute personne .....                         | 5  |
| « PITCH » : le terme que tout le monde s'arrache .....                      | 7  |
| Protégez la e-réputation de votre marque ! .....                            | 8  |
| Le Brexit et les marques et dessins et modèles de l'UE : du nouveau ! ..... | 10 |
| TVA et cessions de brevets .....                                            | 11 |
| Quelle est la valeur juridique des symboles ™ et ® ? .....                  | 12 |

**FLASH INFO IMPORTANT !** Le **Règlement (UE) 2016/679** du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016, relatif à la **protection des données personnelles**, entrera en vigueur dans tous les pays de la communauté européenne le **25 mai 2018**.

La réforme européenne **poursuit 3 objectifs** :

- Renforcer les droits des personnes
- Responsabiliser les acteurs traitant des données personnelles
- Crédibiliser la régulation

## **1 - Renforcement des droits à la personne**

- Consentement de la personne
- Nouveaux droits

## **2 – Mise en place**

- Allègement des formalités
- Mise en place (registre – responsable de traitements - DPO)
- Responsabilité partagée avec les sous-traitants

## **3 – Crédibiliser**

- Sanction administrative
- Amende de 2% à 4% du CA

Les collaborateurs d'IP TRUST sont à votre disposition **pour vous former ou vous assister** dans la mise en place pratique et opérationnelle du RGPD.





## L'adoption prochaine du « Paquet marques »

L'adoption prochaine courant 2018 (ou début 2019) du « paquet marques » introduit plusieurs **changements dans la procédure d'opposition** des marques en France.

En voici quelques unes :

- il sera possible de **faire opposition sur la base d'une dénomination sociale**
- il sera possible (comme c'est déjà le cas dans les procédures d'oppositions devant l'EUIPO pour les marques de l'Union européenne) **d'invoquer plusieurs droits à l'appui de son opposition** : plusieurs marques antérieures par exemple
- création d'une **chambre d'annulation et de déchéance** de l'INPI (il sera possible devant cette chambre de demander l'annulation d'une marque (à l'instar de ce qui existe déjà devant l'EUIPO), ou la déchéance des droits attachés à celle-ci

Le recours des décisions de cette chambre d'annulation se feront devant les **Cours d'appel compétentes** (10) avec effet dévolutif et suspensif, et l'on pourra devant celles-ci produire de nouvelles pièces.

Il pourra donc y avoir un réexamen complet du dossier.

- il sera possible de faire des **commentaires sur les preuves d'usage** communiquées (ce n'est pas possible à l'heure actuelle).



Sébastien Lepère



## Brevets européens au Cambodge

**La validation d'un brevet au Cambodge pour les demandes déposées à partir du 1er mars 2018**



Après la possibilité offerte en fin d'année dernière de valider les brevets européens en Tunisie, les déposants de demande de brevet européen ou de demandes PCT auront la faculté de **valider ces brevets au Cambodge** (code KH) à partir du 1er mars 2018.

Cette validation implique le **paiement d'une taxe de validation**, dont le montant aujourd'hui prévu est de 180 euros.

La taxe doit être acquittée à l'office européen des brevets **dans un délai de six mois** à compter de la date à laquelle le bulletin européen des brevets a mentionné la publication du rapport de recherche européenne ou, le cas échéant, dans le délai prévu pour accomplir les actes requis pour l'entrée d'une demande internationale dans la phase européenne. La taxe de validation peut encore être valablement acquittée dans un délai supplémentaire de deux mois, **moyennant le versement dans ce délai d'une surtaxe** égale à 50 % du montant de la taxe.



Il est rappelé que cette validation ne sera disponible que pour les demandes PCT, ou demandes de brevet européen, **déposées après la date de l'entrée en vigueur de l'accord**, soit le 1er mars 2018 dans le cas présent.



Alexandre Delye



## Le droit à l'image existe pour toute personne

### Un principe intangible : le préjudice lié à l'utilisation illicite de l'image

Toute personne bénéficie naturellement des mêmes droits que les personnes célèbres : droit au respect de leur vie privée et droit à l'image en l'occurrence. L'article 9 du Code civil indique que « le droit au respect de la vie privée permet à toute personne de s'opposer à la diffusion, sans son autorisation expresse, de son image, attribut de sa personnalité » (CA Lyon, 27 janvier 2005). Une publication illicite pourra engendrer un préjudice pour toute personne et à fortiori si cette publication concerne une personne célèbre mais cela peut se compliquer lorsque la personne en cause a l'habitude de voir son image utilisée dans les médias et a choisi cette médiatisation.

Certaines personnes sont photographiées à leur insu alors que d'autres sont consentantes.

Si la captation d'image se fait à l'insu de l'intéressé et qu'il s'agit d'une personnalité, il peut alors légitimement prétendre au respect de sa vie privée même en dehors de son domicile et dans un lieu public, lorsque celui-ci est isolé. Dans l'affaire de la princesse Caroline Von Hannover, la Cour Européenne des droits de l'homme, a retenu que la princesse, sujet des clichés litigieux se trouvait dans un lieu « dans lequel la personne concernée se retire dans le

but objectivement reconnaissable d'être seule, et dans lequel, se fiant à son isolement, elle se comporte de manière différente de celle qu'elle adopterait en public » (arrêt du 24 juin 2004).

La presse entend parfois justifier la publication de clichés de personnalités publiques parce qu'ils participent à un phénomène d'actualité et qu'il existe un « besoin social impérieux » (articles 6.1 et 10 de la convention européenne des droits de l'homme). Mais des photographies d'un célèbre footballeur français et de sa compagne lors d'une manifestation sportive ont été considérées comme portant atteinte au droit au respect de la vie privée et au droit à l'image de ces derniers (arrêt de la Cour de cassation de 2004) puisque la vie sentimentale de personnalités n'entre pas dans un débat d'intérêt général ou dans un phénomène d'actualité. Il s'agissait de clichés pris « au tournoi de tennis de Monte-Carlo, à l'insu des intéressés avec un cadrage les isolant du public environnant, ont été publiées et divulguées sans leur autorisation, sans que la société Hachette Filipacchi associés puisse se prévaloir du caractère public du lieu où les photos ont été prises pour invoquer une renonciation quelconque de M. X... à ses droits » (Cass. civ. 2ème 10 mars 2004).



Mais des personnes acceptent d'être photographiées ignorant que leur image va être exploitée par la suite à des fins commerciales alors que d'autres ont conscience, de cette exploitation commerciale.

Ainsi, une personne photographiée avait posé pour un photographe mais ne s'attendait pas à voir son image reproduite sur des cartes postales. La Cour d'appel de Paris a condamné le photographe qui avait caché sa qualité de professionnel à son modèle (CA Paris, 22 mars 1983).

Une salariée ayant posé pour des photographies prises par son employeur a pu obtenir indemnisation car celui-ci a utilisé ces clichés pour illustrer son site internet. Le juge considère que « Le seul constat de l'atteinte au droit de chacun de s'opposer à la publication ou à la diffusion de son image, sans qu'il y ait lieu de s'expliquer davantage sur la nature du préjudice qui en résulte ouvre droit à réparation sur le fondement de l'article 9 du Code civil » (CA Lyon, 27 janvier 2005). Bien sûr l'indemnisation sera plus élevée si la photographie est outrageante et qu'un préjudice est démontré.

Mais cela va plus loin, en effet dans le cas où une personne accepte de poser en sachant que son image va être exploitée à des fins commerciales ou publicitaires peut demander réparation si l'exploitation réalisée dépasse le cadre de ce qui était convenu à l'origine des clichés. Le juge français considère que la personne photographiée dispose d'un droit de destination sur son image.

Si l'on accepte d'être photographié sans rémunération et en connaissant l'utilisation qui va être faite de son image ne pourra ensuite demander une indemnisation sur son droit à l'image. Une salariée qui, à l'occasion du conflit avec son ancien employeur suite à son licenciement, avait demandé au Conseil de prud'hommes de lui allouer la somme de 5 000 euros du fait de l'utilisation de son image sur les plaquettes commerciales de la société. Le Conseil de prud'hommes qui avait donné droit à cette demande a été contredit par la Cour d'appel de Versailles au motif que la société « avait pris l'initiative de recueillir l'autorisation préalable de tous les salariés dont les photos figuraient sur les supports de communication et qu'elle ne pouvait donc ignorer que sa propre image allait être exploitée » (CA Versailles, 2 mars 2011).

Un barman qui avait accepté d'être filmé pour un spot publicitaire destiné à des salles de cinéma fut débouté de ses demandes d'indemnisation ne pouvant démontrer de préjudice moral ayant consenti au tournage (CA Lyon, 27 janvier 2005). Mais le fait d'avoir participé au tournage ou à une séance photo ne traduit pas forcément son consentement à l'exploitation car une autorisation préalable écrite, expresse et spéciale du sujet reste nécessaire (TGI Nanterre, 24 novembre 2011).



Alain Kaiser





## « PITCH » : le terme que tout le monde s'arrache

Le « pitch » est au cœur de l'actualité : il est notamment utilisé par les start-ups pour désigner une **présentation rapide de leur projet** à des futurs investisseurs, et pour la conduite de conférences et de formations sur le sujet (les « **pitch parties** »).

Mais il désigne également la célèbre brioche aux pépites de chocolat de BRIOCHE PASQUIER. L'entreprise est **titulaire de nombreuses marques** comprenant ce terme.

L'entreprise française a récemment utilisé la **procédure d'opposition** devant l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI), permettant aux titulaires de marques **d'agir à l'encontre d'enregistrements de marques** qu'ils pensent similaires ou identiques à la leur, et qui pourraient entraîner un **risque de confusion** dans l'esprit du public.

L'entreprise française s'est notamment **opposée à l'enregistrement de marques** reprenant le terme « pitch », et protégeant des services de publicité, de conduite de conférences, de formations et d'événements. Étrange dirait-on pour une entreprise spécialisée dans la fabrication industrielle de pains et de pâtisseries ... Pourtant, l'INPI a en majorité reconnu que les marques en causes **portaient atteinte aux droits antérieurs de l'entreprise** !

En réalité, BRIOCHE PASQUIER a déposé ses marques pour des produits et services **allant plus loin que les simples brioches** : les services d'éducation, de formation, de conduite de colloques ... Sur le fondement de ces marques, elle a également envoyé des courriers à plusieurs start-ups françaises afin qu'elles **renoncent à leurs marques** (comprenant le terme « pitch »), et leur demandant de ne **plus utiliser ce terme** dans leur activité.

Mais comment a-t-elle pu se prévaloir de marques protégées dans des catégories de produits et services qu'elle n'utilise pas forcément ? → Parce que les titulaires de marques ont **5 années à compter du dépôt pour exploiter leurs marques** dans les produits et services protégés. Aucune preuve d'usage ne peut être demandée avant (en France) et rien ne démontre que l'entreprise BRIOCHE PASQUIER n'exploitera pas ces marques avant l'échéance de 5 ans....

Rappelons également que les titulaires **doivent lutter contre la déchéance de leur marque**, qui intervient lorsqu'elle est **devenue la désignation usuelle du produit dans l'esprit du public** (comme le terme « caddie » par exemple). L'entreprise de viennoiseries tente donc de se battre afin que le « pitch » **ne tombe pas dans le langage courant** et pour qu'elle ne perde pas les droits sur ses marques.

Une démarche qui peut paraître justifiée, mais qui va tout de même un peu loin... Y a-t-il vraiment un risque de confusion entre la brioche au chocolat et la conduite de formations et de colloques ? Rappelons également que ce terme est déjà utilisé depuis des années dans le domaine du cinéma ...



Emeline Gelin



La marque est un signe distinctif permettant de distinguer vos produits et services de ceux de vos concurrents. Elle est aussi et surtout **l'image de votre entreprise** : déposer une marque est donc essentiel pour se démarquer des autres. Mais la vie de la marque ne s'arrête pas après le dépôt : **elle ne fait que commencer !**

Après l'enregistrement de sa marque, le titulaire **a la nécessité d'être vigilant** vis-à-vis des marques similaires ou identiques que des tiers peuvent tenter de déposer par la suite.

La solution peut être de mettre en place une **surveillance de marque** au niveau national ou mondial, afin d'être averti de toute demande d'enregistrement d'une marque similaire ou identique à la vôtre. Cela permet entre autre de s'opposer le cas échéant à un dépôt concurrent qui affaiblirait votre marque. Le Cabinet IP TRUST peut vous accompagner dans cette démarche, en analysant les droits en présence, en sélectionnant les marques pertinentes et à agir rapidement pour préserver vos droits sur la marque mais aussi sur vos revenus générés grâce à celle-ci.

Il est également essentiel de veiller à la **réputation de sa marque**, réputation qui s'opérait auparavant par le seul biais du bouche à oreille et de la publicité, et qui évolue depuis plusieurs années avec Internet et la multiplication des moyens de communication. La notoriété est en effet l'un des principaux éléments contribuant à la valeur des marques.

On parle aujourd'hui de la **« e-réputation »** : c'est l'image de l'entreprise qui va être façonnée par les propos et commentaires **diffusés sur Internet** par les internautes, soit en sa faveur, soit au contraire, à son encontre. Cette **e-réputation** se gère avec des outils et des moyens qui viennent en complément des outils juridiques et concernent les outils informatiques qui permettent d'orienter les ordres d'apparitions de documents en fonction des algorithmes des moteurs de recherche (SEO = Search Engine Optimization).

**Protégez la  
e-réputation de  
votre marque !**





La marque **reflète l'image** de votre entreprise : elle doit être préservée car c'est cette image qui permet de convaincre des clients, des fournisseurs, des partenaires et tous ceux avec qui une entreprise travaille, et prouver qu'elle est digne de leur confiance. En effet, 85% des consommateurs utilisent aujourd'hui l'internet comme moyen d'achat ! Il est donc nécessaire et primordial qu'aucun élément extérieur n'influence négativement sur l'image de vos marques.

→ En mettant en place **une veille** sur le web, les réseaux sociaux et les applications mobiles, (etc...) afin de relever les propos péjoratifs, les commentaires associés à votre marque, et les usages non autorisés de votre marque par des tiers qui tenteraient de l'utiliser ou de l'imiter. Actuellement, au vu du développement des outils numériques, la simple recherche sur « Google » ne permet plus une analyse exhaustive.

Cette veille vous permettra sans aucun doute **d'affiner votre politique marketing**.

→ En faisant réaliser des **sondages d'opinion**, qui vont permettre de révéler la perception par le public de votre marque, sa notoriété, et évaluer le risque de confusion ou non avec une autre marque existante.

→ En **gérant votre site marchand** de façon à ce que les outils d'optimisation de recherche sur vos produits et votre marque orientent favorablement les internautes sur vos produits et marques plutôt que ceux des concurrents, vous allez augmenter votre chiffre d'affaires, rentabiliser vos investissements et accroître la valeur de vos marques et donc de votre entreprise.

Nous restons à votre disposition afin de mettre en **place une stratégie e-réputation** !



Claudine Kauffmann et Emeline Gelin



## Le Brexit et les marques et dessins et modèles de l'UE : du nouveau !

Enfin une avancée relative à l'incertitude juridique et au devenir des marques, dessins et modèles de l'Union européenne, en vigueur, sur le territoire du Royaume Uni.

En effet, après moult discussions la commission européenne vient de publier **son projet d'accord de retrait entre le Royaume uni et l'Union européenne**.

Parmi les différentes solutions envisageables (conversion automatique ou non, enregistrement, reconnaissance de l'effet, extension) la Commission vient de trancher en faveur **de la continuité des droits des marques, dessins et modèles de l'Union Européenne, sur le territoire du Royaume-Uni (conversion)**.

Les titres de l'union européenne, ainsi **enregistrés ou acceptés** pendant la période transitoire (avant l'entrée effective du Brexit) continueront à produire effet sur le territoire du Royaume-Uni, et disposeront sur ce territoire des mêmes effets que des titres nationaux équivalents, et ce **sans aucune modalité particulière de la part de leur titulaire, et ni réexamen** (article 50) du projet.

Le titulaire de cette marque de l'Union Européenne deviendra alors **titulaire d'une marque britannique** (idem pour les dessins et modèles).

A l'inverse, si l'un de ces titres de l'Union Européenne devenait, pendant la période transitoire invalide ou nul, cette invalidité ou nullité vaudra également pour le territoire du Royaume Uni.

C'est une solution très pragmatique et qui a le mérite de la **simplicité** puisqu'elle ne nécessite aucun effort spécifique de la part des titulaires des droits.

La question se pose cependant pour les titres qui ne seront pas enregistrés ou acceptés pendant la période transitoire (demandes effectuées le dernier jour de la période transitoire par exemple).

La date de renouvellement du titre sera celle du **droit national britannique correspondant**.

La marque britannique issue de la marque de l'Union Européenne conservera la date de dépôt ou la date de priorité de cette marque de l'Union Européenne.

De même les anciennetés revendiquées de marques britanniques seront préservées.

Cette marque ne sera pas susceptible d'annulation au motif que la marque de l'union européenne correspondante n'aura pas fait l'objet d'un usage sérieux sur le territoire de l'union européenne avant la fin de la période de transition.

En ce qui concerne la procédure d'enregistrement de ces « nouveaux » titres le titulaire n'aura rien à faire et l'EUIPO fournira alors aux entités britanniques concernées tous les renseignements nécessaires pour l'enregistrement ou l'acceptation de ces titres (article 51)

Cette continuité des effets vaut également pour **les marques internationales ou les modèles internationaux qui désignent le Royaume-Uni** (article 52).

Cette solution pratique doit toutefois être soumise au Conseil européen, ainsi qu'au groupe de pilotage du Parlement européen sur le Brexit pour étude et sera ensuite transmise au Royaume Uni en vue des pourparlers.



Sébastien Lepère



# TVA et cessions de brevets

## Brevets français

Contrairement aux marques, lors de la cession d'un brevet, on ne fait pas la distinction entre brevet exploité ou non exploité. Ainsi les brevets et les licences d'exploitation de brevets qui sont protégés auprès de l'INPI sont imposables à la TVA. (C.G.I. Art. 256, IV) car les cessions et licences de brevets ou de savoir-faire technique sont des opérations **normalement soumises à la TVA**.

En contrepartie de cette TVA collectée, le cédant pourra **déduire la TVA déductible** sur toutes les prestations nécessaires à l'exercice de la protection du brevet ainsi que la TVA sur toutes les dépenses utiles à l'activité de ce dernier. (idem pour les salariés inventeurs).

Les cessions et les licences d'inventions suivent le régime des prestations de services.

Les cessions et les licences de brevets ou d'inventions non brevetées sont soumises à la TVA **au taux de droit commun**, la TVA étant exigible du seul fait de sa facturation. Si vous oubliez la TVA sur une facture, le prix fixé est présumé comprendre le montant de la TVA due.

Ne sont pas soumises à la TVA des opérations effectuées par des personnes physiques bénéficiant de la franchise en base de TVA, des apports en société de brevets, ou d'inventions non brevetées dans le cadre de l'apport de l'ensemble d'un fonds de commerce, des apports purs et simples en société de procédés de fabrication non brevetables, et enfin des cessions de savoir-faire technique pour lesquelles le droit

d'enregistrement des cessions de fonds de commerce est exigible.

## Brevets étrangers

La cession de brevet, concessions de licences, marque de fabrique ou autres droits similaires par un inventaire étranger à un utilisateur français, sont soumises à la TVA si ce dernier est assujéti à la TVA.

Exception : les brevets d'origine soviétique sont exclus de cette règle car il existe un **accord franco-soviétique** de 1967.

## Cession de marque de fabrique

Il faut distinguer :

- Marque exploitée
- Marque non exploité

Conformément à l'article 719 du C.G.I. une marque de fabrique exploitée qui est cédée est composée non seulement de la marque mais également de la clientèle, par conséquent cette cession est **soumise aux droits d'enregistrement**.

Au contraire, la cession d'une marque non exploitée est **soumise à TVA**.



Claudine Kauffmann





## Quelle est la valeur juridique des symboles

<sup>TM</sup> et ® ?

Tout d'abord, que signifient-ils ?

Le symbole <sup>TM</sup> (« Trademark ») est apposé après un signe quand celui-ci est **utilisé dans la vie des affaires** ou quand il **fait l'objet d'une demande de marque**.

Le symbole ® (« Registered Trademark ») peut être accolé au signe uniquement quand cette marque est **définitivement enregistrée**.

Ces symboles ont une **valeur informative et facultative** dans l' Union Européenne. En effet, ces symboles n'ont pas de valeur légale dans les pays de l'UE : la loi n'oblige pas l'apposition de tels signes pour reconnaître les droits sur une marque.

Cependant, ces symboles permettent **d'informer les consommateurs et les concurrents** que votre signe est protégé sur un territoire donné (par l'apposition du ®), ou utilisé dans la vie des affaires et dont le dépôt à titre de marque est imminent (par le <sup>TM</sup>).

Certains pays reconnaissent néanmoins que l'apposition de ces symboles est très importante, notamment aux États-Unis. En effet, leur emploi est fortement réglementé, et un usage non conforme peut avoir des conséquences juridiques. Le symbole ® peut parfois être une **condition d'obtention de dommages-intérêts** dans le cadre d'un contentieux avec un contrefacteur potentiel.

Attention cependant à **rester vigilants dans l'apposition de ces symboles** : de nombreux pays comme la France condamnent l'apposition de ceux-ci sur des signes qui en réalité, n'ont jamais été enregistrés !



## QUID des droits sur l'invention en cas de cession d'actifs ?

### **Retour sur la décision de la cour de cassation du 31 janvier 2018.**

Un salarié X d'une société A, titulaire d'un brevet français pour lequel le salarié est inventeur, a été licencié suite à la **liquidation judiciaire** de la société.

Ce salarié a ensuite été embauché par une société B, filiale de la Holding C, **ayant acquis les éléments incorporels de l'actif de la société A** lors de la liquidation judiciaire.

Cette Holding C a déposé un brevet français désignant le salarié X comme co-inventeur de cette demande.

Monsieur X, considérant que cette demande est entièrement basée sur ses travaux, et notamment ceux effectués par ses propres moyens entre son licenciement de la société A et son embauche dans la société B, a assigné les sociétés B et C afin d'obtenir à son profit **le transfert de la propriété du brevet**.

**En première instance**, le TGI de Paris le déclare inventeur unique du brevet, et transfère à son profit le brevet.

**En appel**, la cour considère que bien qu'étant inventeur unique du brevet, celui-ci doit être considéré comme ayant contribué à une invention de mission réalisée pendant qu'il était salarié de la société A. De plus, la cour considère que la société C, venant aux droits de la société A en qualité de cessionnaire, doit payer à Monsieur X la rémunération supplémentaire résultant de son invention de mission.

**La cour de cassation** a cassé la décision d'appel au motif que « l'acquisition des éléments incorporels de l'actif d'une société [...] ne confère pas au cessionnaire la qualité d'ayant droit de l'employeur en sorte que ce cessionnaire, qui a déposé un brevet à partir de ces éléments, n'est pas fondé à opposer au salarié que l'invention, dont celui-ci est l'auteur et revendique la propriété, est une invention de mission lui appartenant ».

Elle ajoute également que « le droit à rémunération supplémentaire du salarié ne peut être invoqué qu'à l'encontre de l'employeur et prend naissance à la date de réalisation de l'invention brevetable. »

**Ainsi, on retiendra qu'un salarié d'une société placé en liquidation judiciaire ne peut pas réclamer la rémunération supplémentaire d'invention de salarié dans le cadre de son invention de mission à la société qui a racheté les éléments d'actifs incorporels car cette dernière n'a pas la qualité d'ayant droit de la société liquidée.**

**Si par contre l'acquisition des éléments d'actifs incorporant l'invention avait été faite à travers le rachat des actions de la société, le salarié aurait été en droit de réclamer sa rémunération supplémentaire.**



Valentin Desrousseaux